

## **A OPINIÃO PÚBLICA NACIONAL E A CAMPANHA ELEITORAL DE 1989**

**Fernanda Soares Borges Perinelli**

Mestranda do Programa de Pós Graduação em “Território e Expressões Culturais no Cerrado” (TECCER). Universidade Estadual de Goiás - UEG - Câmpus de Ciências Socioeconômicas e Humanas (CSEH), Anápolis - GO. Docente no curso de História UEG - Campus Uruaçu. End. Eletrônico: [feteccer.fe@gmail.com](mailto:feteccer.fe@gmail.com)

### **Resumo:**

A política revela-se como uma das mais significativas expressões da identidade coletiva. Podendo um povo ser reconhecido, entre outros aspectos, pela sua maneira de assimilar e praticar a política. Assim sendo, entendemos que a política recapitula os diversos níveis da realidade, mas ela especificamente está relacionada ao campo do discurso e das representações especulativas que oferecem respostas aos problemas sociais. É nesta perspectiva que buscamos uma leitura sobre a opinião pública nacional. Visto que, a história política não se priva a história da classe política, mas na relação desta com o público. Buscamos uma leitura sobre a opinião pública nacional e sua importância na campanha presidencial de 1989. É certo que, existem opiniões individuais e estas são plurais. Do mesmo modo, também pode não existir uma única opinião pública nacional, e sim, opiniões, no plural. Justamente por existir uma pluralidade de opiniões é que alguns discursos são articulados para influir uma parcela significativa da sociedade e assim formar uma opinião pública predominante.

**Palavras-Chave: Política. Opinião Pública. Campanha presidencial 1989.**

### **APOIO FINANCEIRO: FAPEG**

#### **Introdução:**

Este artigo corresponde um estudo parcial referente ao primeiro capítulo da dissertação de mestrado que estamos desenvolvendo. A referida está intitulada: O Espetáculo Político: Fernando Collor De Mello E A Revista Veja (1985 – 1989). Na pesquisa, objetivamos analisar o envolvimento da Revista Veja na campanha presidencial vitoriosa de Fernando Collor de Mello tendo em vista a articulação política duplamente organizada. Buscamos especificamente, verificar se existia nos discursos da Revista uma proposta política que coadunava com o projeto político de Fernando Collor de Mello, Averiguar se exemplo da Rede Globo, a Revista Veja, tenha convertido

notícias em mensagens que desconstruíam ideias ou mesmo pessoas e agregava valores e opiniões que tendiam aos interesses da burguesia nacional, e ainda, constatar se as ideias transmitidas por este periódico contagiou o público leitor e contribuiu com a formação de uma opinião pública predominante no Brasil.

Adotamos como principal fonte de pesquisa um periódico de expressão nacional. Mas, é preciso considerar que as fontes não falam por si. Para fazê-las responder a questão construída pelo historiador é necessário que este adote procedimentos metodológicos adequados a sua análise. Neste sentido, utilizamos a análise do Discurso como metodologia do nosso trabalho, visto que nossa fonte é jornalística, buscaremos assim, compreender o discurso adotado pela Revista Veja na campanha eleitoral de 1989. Para tanto, entendemos a importância da análise de discurso, porque ele “visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos” (Orlndi, 2005, p. 26).

Neste artigo específico, apresentamos uma leitura sobre a opinião pública nacional. Embasamos-nos nas leituras bibliográficas e nas fontes de pesquisa. Assim fundamentados, produzimos alguns gráficos que apresentam os resultados dos dois turnos eleitorais da campanha presidencial de 1989. Pretendemos analisar não só o evento político, mas a relação deste com o público brasileiro.

## **A OPINIÃO PÚBLICA NACIONAL E A CAMPANHA ELEITORAL DE 1989**

A nova História política propiciou sobre análise das diversas correntes teóricas um estudo sobre a opinião pública nacional. O ser político passou a ser visto como um agente da mudança social, isto se deu sobre tudo, a partir dos anos 1970 quando a História voltou a dar crédito aos assuntos políticos (RENÉ RÉMOND 2003). E os recursos tecnológicos cada vez mais aprimorados intensificaram este processo. A pesquisa histórica utilizando novos conceitos e técnicas de pesquisas para estudar não apenas a ação do político, mas também do agente coletivo.

Na análise de Becker (2003), a escola histórica que sucedeu o positivismo, marginalizou por aproximadamente meio século, o estudo relacionado à opinião pública. E durante muito tempo esta história só “teve direito a um aceno de chapéu polido e distraído dos que passavam” ( p. 185). Sobre este descrédito dos historiadores a história política, comenta Becker:

[...] avancemos na hipótese de que a história da opinião pública foi atingida pelo descrédito que fez confundir – com uma certa má vontade – a política

com a sucessão dos ministérios, ou fez crer, para retomar as palavras de stantey Hoffmam, que a história política não passava da história da classe política e tendia a ser apenas a das “intrigas” e dos “conflitos” “de algumas centenas de homens que jantavam em Paris”. ( BECKER, 2003, p. 185-186)

A História política não se limita aos conflitos da classe política, mas, na relação desta com o público: “a atitude, o comportamento dos homens confrontados com os acontecimentos” (Becker, 2003, p.185). O autor reporta-se ao historiador positivista Charles Seignobos<sup>1</sup>, lembrando que, este ao dirigir estudos sobre a questão do Panamá, dedicou parte de sua escrita a entender a opinião pública. O que significa dizer, que este estudo não é recente. Mas, houve sim, um certo desprezo das primeiras gerações da Escola dos Annales à história política.

A Escola dos Annales ergue-se confrontando a escola positivista, “desvia a atenção da vida política para a atividade econômica, a organização social e a psicologia coletiva, esforça - se por aproximar a história das ciências sociais” (BOUEDÉ, MARTIN, 2012, p.115). Esta corrente de pensamento apresenta certo desprezo ao acontecimento e insiste na longa duração, no estudo das estruturas. Em consequência desta convicção de que não existia história fora das estruturas, esqueceram que “a opinião pública procede em grande medida das estruturas mentais” ( BECKER, 2003, p. 186). Contudo, a história é marcada por continuidades e discontinuidades, a partir dos anos 70 do século XX, surge uma nova história com amplo domínio. Ampliam-se os “espaços para o desenvolvimento de trabalhos historiográficos em muitos campos” ( BARROS, 2012, p.354). A Nova História Política, a História das Mentalidades e do Imaginário, correspondem a alguns destes campos.

O estudo da opinião pública tem por finalidade identificar de maneira segura e precisa a atitude, o comportamento dos homens frente aos acontecimentos. Busca “apreender comportamentos e atitudes da população em sua massa, o que lhe permite consequentemente ser desmistificante” (BECKER, 2003, p. 186). A sua capacidade reveladora dos comportamentos humanos permite romper os invólucros que revestem a história. Por outro lado esta história também pode ser comprometida pela insuficiência de documentação. Tratando de documentos, a imprensa como fonte, por si só, pode não ser suficiente para desvendar os mistérios e a complexidade das atitudes e dos comportamentos humanos.

Nas sociedades em que prevalece a liberdade de imprensa, os periódicos mais recentes podem até permitir uma abordagem da opinião pública. Isto porque a imprensa é uma

---

<sup>1</sup> Becker (2003) recorre ao historiador positivista Charles Seignobos, afirmando que este em algumas das suas pesquisas, levantou problemas fundamentais quanto a maneira como os acontecimentos agem sobre a opinião pública e sobre como esta age sobre os acontecimentos. Valorizando assim, o estudo sobre a opinião pública. Ler: ( BECKER, 2003, p. 185).

essencial produtora de informações diversas “ela noticia reuniões políticas, o numero de participantes, traz relatos de manifestações ou greves, para citar apenas as informações mais simples e diretas” (BECKER, 2003 p.197). O perigo é que estas informações podem estar carregadas de sentidos que exprimem os interesses políticos de determinados grupos. Os meios de comunicação podem fabricar uma realidade simbólica para seduzir os leitores ou espectadores. Uma realidade imaginária que não corresponde com a realidade.

Eis o grande desafio: definir o que de fato é a opinião pública. Entendemos que esta corresponde ao conjunto de ideias partilhadas pelos agentes sociais. Porém, esta definição é simplista. Dialogando com Becker (2003) “a primeira dificuldade desta história é, portanto dizer o que é a opinião pública” (p.187). Este autor reflete com Bauer, sobre dois tipos de opinião pública: a opinião pública “estática” e a “dinâmica”.

Esta primeira estaria relacionada ao costume, aos hábitos, os usos, aos resultados das tradições, “das estruturas da sociedade, da formação moral e intelectual que as crianças receberam e, antes delas, aqueles que as educaram, constituindo o todo, de alguma maneira uma ideologia, o sistema de ideias, próprio de uma época, num determinado país” (p.188). Esta viria a ser reconhecida como história das mentalidades. Já a opinião pública dinâmica seria a “reação da opinião diante do acontecimento” (p.188). A opinião estática estaria inscrita no tempo longo e a segunda no tempo curto.

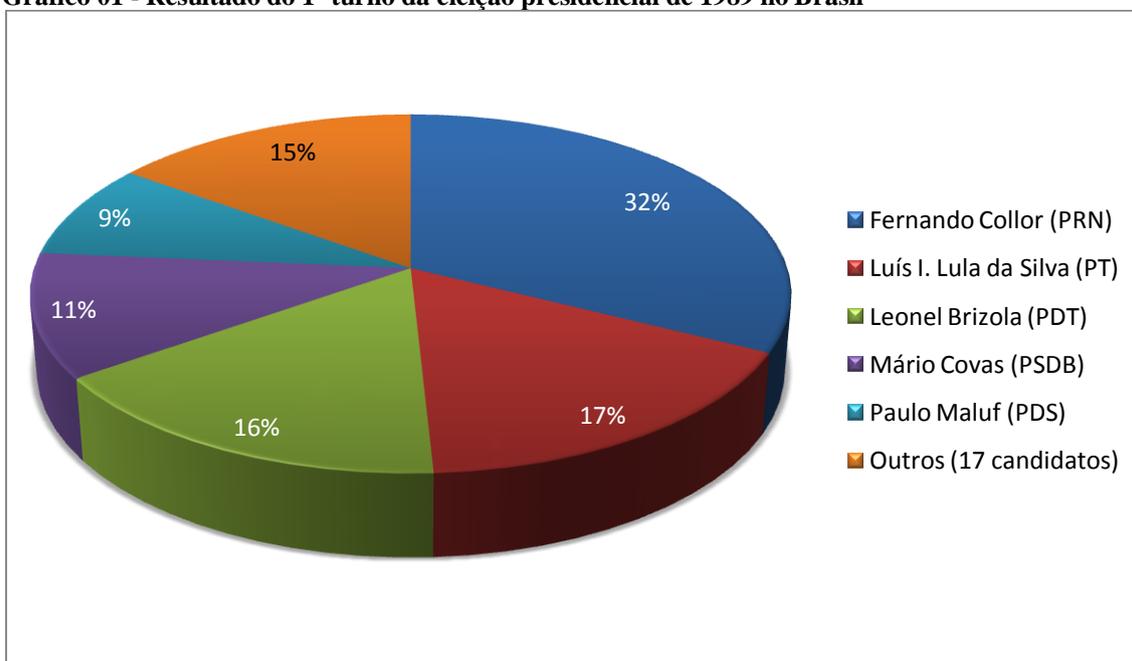
Para Becker (2003) estas ideias são discutíveis, visto que, as ações dos grupos nos diferentes momentos, prestam contas do meio mental que elas estão inseridas. Deste modo, “não existem limites visíveis e claros entre a história das mentalidades e a da opinião pública, o andamento das duas é o mesmo: “um vai e vem constante do coletivo ao pessoal” ( BECKER, 2003,p. 188). Neste sentido, estamos em acordo com Becker (2003), é imprudente tipificar a opinião pública. Pois, esta é o resultado de um movimento complexo entre o estado das mentalidades e o contexto do acontecimento. Uma energia que não permite estabelecer tipos de atitudes para tipos de acontecimentos. É certo: “afirmar que a opinião pública desempenha seu papel no processo histórico é uma coisa , mostrá-lo e mais difícil” ( p. 203).

Incorre-nos os seguintes questionamentos: A opinião pública é uma ou plural? Ela é apenas resultado de uma fabricação? Historiadores e sociólogos se divergem tentando explicar estas questões. Estes últimos descartam a diversidade de opiniões publicas, defendendo a existência de uma opinião generalizada. Para estes a opinião pública tem como vocação ser dominante, e pouco importa os julgamentos diferentes. Pois, em um determinado país e em um determinado momento pode existir uma pluralidade de opiniões, mas só há uma

opinião pública, a opinião dominante. Ao contrario destes, muitos historiadores, defendem a predominância de várias opiniões seguidas em várias tendências. (Becker, 2003).

Parafraseando Becker (2003), existem algumas formulações perigosas: “a opinião pública pensa isto deseja aquilo etc.”. Inclusive o uso destas expressões no singular, pelos políticos, “esconde sobre tudo uma vontade de dissimular as próprias escolhas por trás daquelas tomadas de empréstimo da opinião pública” (p. 190). Assim sendo, é reducionismo acreditar que tenham existido situações em que prevaleceu uma única tendência. Tomemos como exemplo a Campanha presidencial ocorrida em 1989. Conforme os dados do gráfico 01, no primeiro turno eleitoral as opiniões estavam divididas.

**Gráfico 01 - Resultado do 1º turno da eleição presidencial de 1989 no Brasil**



Organização: Fernanda Soares Borges Perinelli (2015)

No primeiro turno eleitoral da campanha presidencial de 1989, disputavam a presidência da república 22 candidatos. Seriam 23 se o TSE não tivesse impugnado à candidatura de Silvio Santos. Considerando que ele era inelegível por ser proprietário de uma empresa de comunicação de transmissão nacional. Havia também um impedimento devido à filiação partidária. Observando o gráfico nº 1 percebemos que no primeiro turno eleitoral as opiniões estavam divididas. Dos vinte e dois candidatos, cinco foram mais votados. Fernando Collor candidato pelo PR obteve neste primeiro turno a maioria dos votos válidos. Seguido por Luis Inácio Lula da Silva candidato do PT que curiosamente superou Leonel Brizola do PDT, com diferença de votos de apenas 1 %. Não fosse este 1% favorável a Lula os

rumos da campanha eleitoral no segundo turno tomariam outra direção: seria o “confronto do apelo messiânico (Collor) ao apelo populista (Brizola)”

( OLIVEIRA, 1992, p.25). Com expressão menor de votos segue Mario Covas do PSDB e Paulo Maluf candidato pelo PDS. Os outros 17 candidatos somaram 15% dos votos válidos.

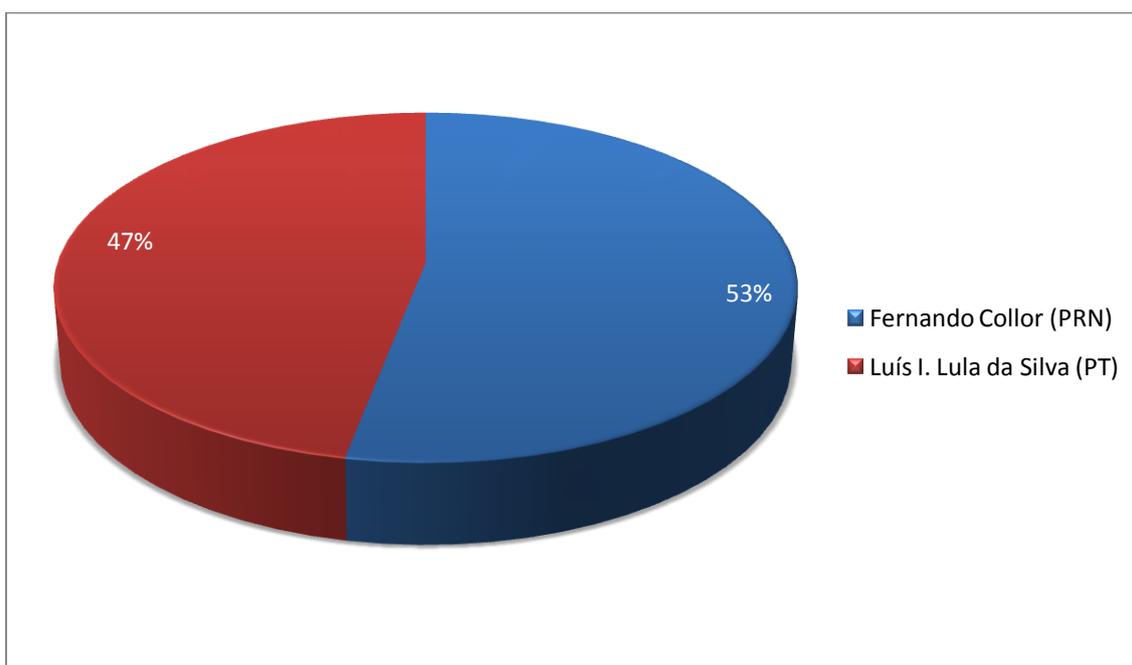
A opinião pública não se limita a opinião predominante. Embora esta seja importante é preciso considerar a pluralidade de opiniões. Hora 32% dos eleitores votaram em Fernando Collor no primeiro turno, então isto deveria bastar. Ele obteve a maioria dos votos válidos. Ocorre que, a diversidade de opiniões definiu os quadros eleitorais naquele momento. Collor não obteve os 50% dos votos necessários para ser eleito. Justamente porque as opiniões estavam divididas. Existiam de fato 22 candidatos, mas, destes a imprensa nacional dera preferência a propagar prioritariamente um. Guzzo o diretor de redação da Revista Veja em 1989 não era de se envolver na apuração das reportagens, não apresentava predileção política: “Abrira exceção para Fernando Collor em 1989, porque o considerava a única alternativa a Lula e Brizola” (CONTI, 1999, p. 373). Muitas capas da Revista, naquele ano estampariam Collor. Roberto Marinho diretor das organizações Globo também o adotou como candidato preferido: “Ante o ascenso de Collor nas pesquisas, Roberto Marinho se alegrou moderadamente. Considerava-o melhor que o desastre - Lula ou Brizola ganharem.” (CONTI,1999, p.165). E de fato para obter os 32% dos votos no primeiro turno eleitoral Collor contou o apoio da mídia nacional. E isto é relevante! Dado o fato de que os meios de comunicação possibilitam a formação de uma opinião pública majoritária.

E o segundo turno já estava definido. Seria disputado por Collor e Lula. Uma espécie de guerra de classes, expressa nas configurações que surgiram em torno dos dois primeiros candidatos no primeiro turno: “Foi em primeiro lugar o enfrentamento dois candidatos de raízes sociais e políticas diametralmente opostas que transformou o segundo turno numa luta de classes eleitoralmente codificadas” (OLIVEIRA, 1992, p.17). Collor, um candidato “bem nascido”, filho de oligarquia nordestina, consolidada a décadas. Pertencente a classe dominante e membro das novas burguesias do nordeste. Contra outro candidato que curiosamente também era nordestino. Retirante que havia migrado do Pernambuco para São Paulo. Membro das novas classes operárias do ABC paulista. Fundador e principal líder do Partido dos Trabalhadores: Era Lula a besta-fera das burguesias brasileiras versus todo o círculo empresarial burocrático. (Oliveira 1992)

Embora no segundo turno eleitoral, a maioria dos brasileiros tenham conferido voto a Collor, fazendo dele o presidente da república, uma parcela considerável da população atribuiu seu voto ao candidato adversário. Isto confirma que não houve uma opinião pública

totalizante conferindo apoio geral a Collor. Mas o fato é que a maioria em decorrência dos meios, o elegeu. Segundo Oliveira ( 1992), as burguesias brasileiras e demais forças interessadas transformaram o apoio dispensado a Fernando Collor em aparato publicitário. E ainda assim, as vésperas da eleição para o segundo turno, a vitória de Collor não era certa. As opiniões continuavam divididas, Lula crescia espantosamente nas pesquisas quase que por energia própria. Lembra Oliveira, havia um bloco político social completamente heterogêneo que usaram de todos os recursos para evitarem a derrota de Collor. Vejamos o gráfico 2 :

**Gráfico 02 - Resultado do 2º turno da eleição presidencial de 1989 no Brasil**



Organização: Fernanda Soares Borges Perinelli (2015)

Conforme podemos observar a diferença de votos no segundo turno eleitoral foi de aproximadamente 6%. Uma diferença minúscula, dado o esforço da mídia e de todos os setores interessados em eleger Collor. Mas, o fato dos veículos de comunicação nacional terem influenciado o máximo a favor de Collor, sem dúvidas, fez a diferença. As propagandas foram bem articuladas. Nesta eleição de Collor podemos concordar com Becker ( 2003), que a opinião pública majoritária foi mesmo fabricada.

A opinião pública pode sim, ser fabricada. Becker (2003) analisa a fabricação da opinião pública por meio da manipulação ou do condicionamento. Importa- nos diferenciar estes dois elementos:

Pode se definir a manipulação como a tentativa de provocar de maneira artificial uma reação da opinião pública, divulgando uma notícia falsa, organizando um atentado. Para dizer a verdade, não é muito fácil determinar a eficácia das manipulações da opinião pública. (BECKER, 2003: p. 192).

A opinião pública não é precisamente moldável passiva a todos os domínios. Uma manipulação só tem chance de ser bem sucedida quando acompanha as tendências profundas da opinião pública. Já o condicionamento, deve ser analisado em dois níveis, do curto e do longo prazo. O primeiro pode ser visto como o resultado da propaganda conscientemente e organizada. O condicionamento em longo prazo está relacionado às práticas culturais assimiladas e materializadas nas sociedades, sobretudo pela força das circunstâncias políticas. Refere-se à assimilação e a difusão de hábitos e práticas por várias gerações subsequentes. Definição semelhante a que fora atribuída a história das mentalidades. Na verdade Becker (2003) deixa claro que a história da opinião pública, procede na maioria das vezes das estruturas mentais. Pela duração e pela relação de domínio estabelecida o condicionamento apresenta uma complexidade maior.

Este condicionamento segundo Becker, pelas realidades pode ser considerado “infinitamente mais importante” (2003, p. 193), pois com relação à opinião pública evidencia a aceitação e a adesão dos sujeitos a determinados projetos políticos, convencidos pela propaganda. O condicionamento em longo prazo merece um estudo tão aprofundado quanto o condicionamento em curto prazo, pois evidenciam a sustentação de convicções ideológicas por um determinado período, provocando uma degradação da opinião pública.

O condicionamento sugere uma plasticidade que leva as pessoas a se habituarem a determinadas situações e a aceitá-las por longos tempos sem questionar. Obviamente, que estes aspectos de dominação não atingem toda a multidão, mas é possível fabricar consensos e formar uma maioria determinante no processo. A opinião pública tem o poder de tornar possível ou não a política de seus representantes, por isso, ela é tão fundamental aos políticos. Assim, num estado livre os candidatos disputam e divulgam as propostas que satisfazem o eleitorado no intuito de arraigar uma maioria capaz de elegê-los.

### **Considerações Finais**

Conforme já apresentamos, em 1989 várias opiniões individuais e coletivas conferiam um caráter “democrático” ao processo eleitoral presidencial. Justamente por existir esta pluralidade de opiniões é que a manipulação das notícias e das informações foram fundamentais aos presidencialistas. Para obter a maioria das intenções de votos era preciso formar uma opinião pública majoritária. E neste sentido, percebemos que a mídia hegemônica, financiada pelo capital interno converteu-se numa gigantesca máquina de manipulação. As imagens, os símbolos, os discursos, as notícias eram preparadas para seduzir o eleitorado. Acreditamos então, pela natureza do evento, que não se enquadra

especificamente ao condicionamento a longo prazo. Mas sim, a uma espécie de manipulação que pode ter resultado num condicionamento de curto prazo.

A estratégia adotada por Fernando Collor de Mello, seus assessores e seus propagadores foi justamente mapear o eleitorado, estudar a sensibilidade coletiva daquele momento. E a partir dos anseios da sociedade vigente, construíram um discurso destinado a ir ao seu encontro. A campanha de Collor foi muito bem arquiteta e as condições políticas foram favoráveis à construção do mito do “salvador da república”. Considerando que, os últimos 25 anos que antecederam 1989 foram politicamente densos: ditadura, redemocratização e corrupção. O eleitor estava fragilizado, decepcionado com os desfechos da política republicana brasileira. (MARRA, 1999)

Neste sentido, a manipulação da opinião pública se deu pela construção de um discurso capaz de incorporar as tendências do que o público ansiava. “Assiste-se muitas vezes a discursos que vão de encontro à mentalidade majoritária” e pouco importa, politicamente, para os emissores que “exista uma maioria hostil, se essa hostilidade não chegar ao fanatismo. Inversamente, minorias atenuantes podem influir mais no acontecimento que maiorias silenciosas” (BECKER, 2003, p.191). O equilíbrio entre os interesses do candidato Collor de Mello, os da grande imprensa nacional e os interesses dos mais poderosos empresários brasileiros, foram suficientes para que se produzisse em 1989, um espetáculo político em que figuraram muitos fanáticos.

### **Referências Bibliográficas**

- BARROS, José d' Assunção. *Teoria da História: A Escola dos Annales e a Nova História*. 3ª ed, Rio de Janeiro: Vozes, 2012.
- BECKER, Jean-Jacques. *A opinião Pública*. In: RÉMOND, René (Org.). *Por uma História Política*. Tradução: Dora Rocha. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- BOUEDÉ, Guy; MARTIN, Hervé: *As Filosofias da História*. IN BOUEDÉ, Guy; MARTIN, Hervé: *As Escolas Históricas*. Lousã - Portugal, Europa América Ltda. 1983. (p. 41- 57)
- CONTI, Mário Sergio. *Noticias do Planalto: A imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Companhia das letras, 1999.
- MARRA, Mendes Terezinha. *O encantador de marajás*. Frank Soudant: Brasília, 1999.
- RÉMOND, René (Org.). *Por uma História Política*. Tradução: Dora Rocha. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

RÉMOND, René. *Do Político*. In : RÉMOND, René (Org.). Por uma História Política. Tradução: Dora Rocha. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

OLIVEIRA, Francisco. *Collor : A Falsificação da Ira*. Rio de Janeiro Imago, 1992.

**Referências Complementares:**

BERTEIN, Serge. *Os Partidos*. In: RÉMOND, René (Org.). Por uma História Política. Tradução: Dora Rocha. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

BOBBIO, Norberto. *Dicionário de Política*. 11ª ed. Brasília: UNB, 1998.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Contraponto: Rio de Janeiro, 1997.

FEUERBACH, Ludwig. *A Essência do Cristianismo*. José da Silva Brandão (org). Rio de Janeiro, Vozes, 2007.

GIRARDET, Raoul. *Mitos e mitologias políticas*. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

GRAMSCI, Antônio. *Obras escolhidas*. Tradução: Manoel cruz. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

\_\_\_\_\_. *Poder, Política e Partido*. São Paulo: Expressão popular, 2005.

MELLO, Pedro Collor. *Passando a Limpo : A Trajetória de um farsante*. Record : Rio de Janeiro, 1993.

MAQUIAVEL. *O príncipe*. Martin Claret: São Paulo, 2004.

TAVARES, Olga. *Fernando Collor: o discurso Messiânico e o clamor ao sagrado*. São Paulo: Annablume, 1998.